

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dalam penelitian ini, peneliti dapat memperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan analisis deskriptif, *experiential marketing* dapat dikatakan cukup baik. Hal ini didukung oleh *feel* karena PBE memiliki karyawan yang ramah dan menimbulkan rasa nyaman kepada pengunjung, *sense* karena PBE memiliki *interior* yang menarik dan menampilkan cahaya yang terang, *think* karena PBE memberikan kesempatan pengunjung untuk mengeluarkan saran dan mempunyai citra positif kepada pengunjung.
2. Berdasarkan analisis deskriptif, kepuasan pelanggan dapat dikategorikan cukup puas. Hal ini didukung oleh minat berkunjung kembali karena pengunjung akan berkunjung kembali karena jasa yang memuaskan, manfaat yang diperoleh dan fasilitas yang memadai, kesediaan merekomendasikan karena pengunjung akan menyarankan teman untuk berkunjung ke PBE karena jasa yang memuaskan, manfaat yang diperoleh dan fasilitas yang memadai.
3. Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh *experiential marketing* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53,7%. Sedangkan sisanya sebesar 46,3% dipengaruhi oleh variabel lain seperti kualitas pelayanan dan citra merek.

## **B. Saran**

Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk memberikan saran berdasarkan hasil penelitian ini. Adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti antara lain :

### **1. Untuk Pusat Belajar Ekonomi (PBE)**

Demi meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengunjung PBE, akan lebih baik jika ruangan didesain dengan *interior* yang menarik agar pengunjung merasakan pengalaman secara emosional serta mendapatkan kepuasan sesuai harapan atau melebihinya. Selain itu, PBE seharusnya menjalin kerjasama dengan pihak lain dalam pengembangan perpustakaan.

### **2. Untuk Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

Demi meningkatkan kepuasan pelanggan, PBE membutuhkan kritik dan saran yang bermanfaat dari pengunjung. Oleh karena itu, pengunjung hendaknya meluangkan waktu dan berinisiatif untuk memberikan kritik dan saran yang membangun agar menjadi lebih baik kedepannya.

### **3. Untuk Peneliti Selanjutnya**

Dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggunakan variabel independent selain *experiential marketing*, misalnya kualitas pelayanan atau citra merek.

